

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK DETERGEN
DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG)
DAN SWOT DI PT. XYZ**

SKRIPSI



Oleh :

FITRIANA SHINTA DEVI

17032010034

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
SURABAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK DETERGEN
DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG) DAN SWOT DI
PT. XYZ**

Disusun oleh :

FITRIANA SHINTA DEVI

17032010034

Telah Melaksanakan Ujian Lisan

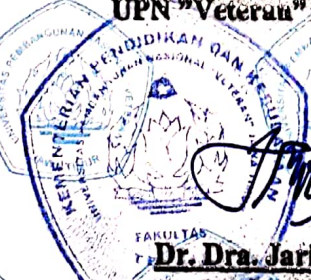
Surabaya, 07 Mei 2021

Dosen Pembimbing



Ir. Didi Samanahudi, MT
NIP. 19580625 198503 1 001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
UPN "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Jarivah, MP
NIP. 19650403 199103 2 001



KETERANGAN REVISI




Mahasiswa di bawah ini :

Nama : Fitriana Shinta Devi
NPM 17032010034
Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
~~Teknik Lingkungan~~ / Teknik Sipil

Telah mengerjakan revisi / tidak ada revisi *) ~~PRA RENCANA (DESAIN)~~ /
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode II, TA 2020 – 2021.

Dengan Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK DETERGEN
DENGAN METODE BOSTON CONSULTING GROUP
(BCG) DAN SWOT DI PT. XYZ

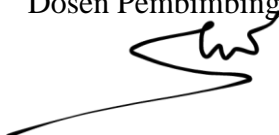
Dosen Penguji yang memerintahkan revisi

1. Ir. Didi Samanhuri, MT ()
2. Dr. Ir. Sunardi, MT ()
3. Enny Ariyani, ST, MT ()

Surabaya, 19 Mei 2021

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Ir. Didi Samanhuri, MT.
NPT. 19580625 198503 1 001

Catatan : *) coret yang tidak perlu



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fitriana Shinta Devi
NPM : 17032010034
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : JL. MH Thamrin Gang Rukun Lorong 1 No. 2 Ledok
Wetan, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur
No. HP : 0852 3266 5342
Alamat e-mail : fitrianashinta22@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK DETERGEN DENGAN METODE *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG) DAN SWOT DI PT. XYZ

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Mei 2021

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Dr. Dira Ernawati, ST., MT

NPT. 37806 0402 001

Yang Membuat Pernyataan



Fitriana Shinta Devi

17032010034

ABSTRAK

PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan industri yang bergerak di bidang produk rumah tangga. Produk yang diproduksi oleh PT. XYZ salah satunya adalah detergen. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT. XYZ adalah pada tingkat penjualan produk detergen merk x yang tidak mengalami peningkatan/perubahan selama 4 tahun terakhir atau dapat dikatakan mengalami kondisi stagnan, Sehingga dibutuhkan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan bisnis, terutama persaingan pada perusahaan yang memiliki produk bisnis yang sama. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan metode *Boston Consulting Group* (BCG) dan *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) di PT. XYZ. BCG merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dengan mempertimbangkan pertumbuhan pasar dan pangsa pasar. SWOT merupakan metode yang dapat digunakan untuk menentukan dan menghasilkan strategi terbaik dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan. Dari perhitungan yang telah dilakukan, untuk metode BCG didapatkan bahwa posisi perusahaan berada di kuadran tanda tanya (*Question Marks*) hal tersebut memiliki arti bahwa perusahaan memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi akan tetapi pangsa pasarnya rendah. Sedangkan SWOT dihasilkan nilai 0.346 dan -0.291. Nilai tersebut memiliki arti bahwa diagram SWOT mengarah pada kuadran II yaitu ST (*Strength-Threat*).

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Boston Consulting Group, SWOT*

ABSTRACT

PT. XYZ is an industrial company engaged in household products. One of the products produced by PT. XYZ is detergent. The problem that is being faced by PT. XYZ is at the level of sales of brand X detergent products that have not increased/changed over the last 4 years or can be said to be stagnant, so it takes a marketing strategy to face business competition, especially competition in companies that have the same business products. This study aimed to analyze the right marketing strategy using the methods of Boston Consulting Group (BCG) and the Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) at PT. XYZ. BCG is a method used to determine the position of the company by considering market growth and market share. SWOT is the method that used to determine and produce the best strategy by considering the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the company. From the calculations that have been done, the BCG method it is obtained that the company's position is in the quadrant of the question mark (Question Mark), this means that the company has high market growth but low market share. The resulting SWOT values are 0.346 and -0.291. The value means that the SWOT chart leads to quadrant II i.e. ST (Strength-Threat).

Key Words: *Marketing Strategy, Boston Consulting Group, SWOT*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Detergen Dengan Metode *Boston Consulting Group* (BCG) Dan SWOT Di PT. XYZ”.

Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) pada program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Adapun kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis harapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk membenahinya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST. MT. selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ir. Didi Samanhudi, MMT. selaku dosen pembimbing, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Terima kasih atas kemudahan dan bimbingan yang bapak berikan.

5. Bapak dan Ibu penguji yang membantu dalam pembenahan laporan skripsi saya ini serta bantuan-bantuan yang lain.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian laporan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua, yaitu bapak siswanto dan ibu supijah serta kakak saya ferdian dan keluarga lainnya yang selalu memberi dukungan secara moril dan materil serta selalu mendoakan yang terbaik bagi saya hingga tugas akhir ini terselesaikan.
8. Bu tutik selaku pembimbing lapangan saya yang sudah membantu saya dalam kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Teknik Industri angkatan 2017 yang telah membantu serta mendukung saya selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki dimasa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 24 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABELvii

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR LAMPIRANix

ABSTRAKx

ABSTRACTxi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah5

1.3 Batasan Masalah.....6

1.4 Asumsi-Asumsi6

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Manfaat Penelitian 7

1.7 Sistematika Penulisan.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

2.1 Pengertian Pemasaran 10

2.1.1 Pemasaran Dalam Kegiatan Manajemen 12

2.1.2	Konsep Pemasaran.....	13
2.1.3	Peranan Pemasaran	13
2.1.4	Saluran Pemasaran.....	14
2.1.5	Lingkungan Pemasaran.....	15
2.1.6	Implementasi Pemasaran	15
2.2	Strategi Pemasaran	17
2.2.1	Perumusan Stategi Pemasaran	19
2.2.2	Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	21
2.2.3	Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	22
2.3	Pengambilan Data	24
2.1.3	Kuisioner	24
2.4	Pengolahan Data.....	25
2.4.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	26
2.4.2	Langkah-Langkah Uji Validitas Dan Reliabilitas	26
2.5	Analisis SWOT	31
2.5.1	Elemen-Elemen Dalam Analisis SWOT	33
2.5.2	Komponen Analisis SWOT	36
2.5.3	Keuntungan Analisis SWOT	39
2.5.4	Model Matriks Analisis SWOT	41
2.5.5	Menentukan Keputusan Analisis SWOT.....	43

2.6	Boston Consulting Group (BCG).....	46
2.6.1	Tujuan Matriks BCG	47
2.6.2	Metode Matriks BCG (<i>boston consulting group</i>).....	48
2.6.3	Tingkat Pertumbuhan Pasar	50
2.6.4	Pangsa Pasar Relative	51
2.6.5	Market Share.....	52
2.7	Hubungan Antara Matriks SWOT Dan BCG.....	54
2.7.1	Analisis SWOT.....	54
2.7.2	Matriks BCG (<i>boston consulting group</i>)	56
2.8	Penelitian Terdahulu	59
BAB III METODE PENELITIAN		64
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	64
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	64
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	65
3.3	Langkah-langkah Pemecahan Masalah	65
3.4	Metode Pengumpulan Data	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1	Pengumpulan Data	74
4.1.1	Data Penjualan Produk (BCG).....	74

4.1.2	Data Kuisisioner (SWOT)	76
4.2	Pengolahan Data.....	77
4.2.1	Penentuan Populasi	78
4.2.2	Uji Validitas	78
4.2.3	Uji Reliabilitas	80
4.2.4	Boston Consulting Group.....	82
4.2.5	SWOT	83
4.2.5.1	Model Matriks Internal Factors Evaluation	83
4.2.5.2	Model Matriks Eksternal Factors Evaluation	84
4.2.5.3	Model Matriks SWOT	86
4.2.5.4	Analisa Kuadran SWOT	93
4.2.6	Penetapan Strategi 2 Metode.....	94
4.2.6.1	Metode BCG	94
4.2.6.2	Metode SWOT	96
4.3	Pembahasan	97
4.3.1	Perbandingan Strategi Metode BCG Dan Metode SWOT.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		103
3.1	Kesimpulan	103
3.2	Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Detergen x.....	3
Tabel 2.1	Langkah-Langkah Segmentasi Pasar	11
Tabel 2.2	Dua kali dua matriks analisis SWOT	40
Tabel 2.3	Format Analisis SWOT Eksternal & Internal	43
Tabel 2.4	Keputusan Strategis Dengan Pendekatan Matriks SWOT	44
Tabel 2.5	Matriks Analisis SWOT	45
Tabel 3.1	Faktor Internal Dan Eksternal	64
Tabel 4.1	Data Penjualan Detergen x.....	74
Tabel 4.2	Data Penjualan Detergen Kompetitor	75
Tabel 4.3	<i>Key Sucess Factors</i> Produk Detergen	76
Tabel 4.4	Tabel Hasil Uji Validitas	79
Tabel 4.5	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.6	Model Matriks IFE Produk detergen x.....	86
Tabel 4.7	Model Matriks EFE produk detergen x	87
Tabel 4.8	Perhitungan Kuadran SWOT	89
Tabel 4.9	Tabel Matriks SWOT	90
Tabel 4.10	Perbandingan Metode BCG Dan SWOT	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Analisis SWOT	34
Gambar 2.2	Diagram Analisis SWOT	35
Gambar 2.3	Diagram BCG <i>Growth Share Matriks</i>	49
Gambar 2.4	Matriks <i>Boston Consulting Group</i>	52
Gambar 2.5	Kuadran Analisis SWOT	54
Gambar 3.1	Langkah-langkah pemecahan masalah.....	65
Gambar 4.1	Matriks Kuadran BCG	83
Gambar 2.1	Diagram SWOT Detergen X.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Perhitungan Manual Uji Validitas

Lampiran II : Perhitungan Manual Uji Reliabilitas

Lampiran III : *Output* Uji Validitas Dan Reliabilitas *Software* SPSS

Lampiran IV : Perhitungan Bobot Dan Rating

Lampiran V : Kuisisioner SWOT

Lampiran VI : Hasil Kuisisioner